

Fase 1 — Sito web, traffico e SEO tecnica		
1	Il sito si carica in meno di 3 secondi su mobile?	☐ Sì ☐ No
2	Le pagine principali sono indicizzate correttamente su Google?	☐ Sì ☐ No
3	Il sito è ottimizzato per la navigazione da smartphone?	☐ Sì ☐ No
4	Sai da quali canali arriva la maggior parte del traffico?	☐ Sì ☐ No
5	Esiste una pagina che genera il maggior numero di conversioni?	☐ Sì ☐ No
6	Hai un obiettivo di conversione configurato in Google Analytics?	☐ Sì ☐ No
Fase 2 — Contenuti		
7	Hai pubblicato almeno 1 contenuto negli ultimi 30 giorni?	☐ Sì ☐ No
8	I contenuti pubblicati rispondono alle domande del tuo pubblico target?	☐ Sì ☐ No
9	Esiste una keyword primaria per ogni pagina importante del sito?	☐ Sì ☐ No
10	I titoli delle pagine (title tag) contengono le keyword rilevanti?	☐ Sì ☐ No
11	Hai contenuti datati (oltre 18 mesi) che potrebbero essere aggiornati?	☐ Sì ☐ No
12	I contenuti sono collegati tra loro con link interni?	☐ Sì ☐ No
Fase 3 — Social media ed email marketing		
13	Hai un piano editoriale attivo per i tuoi canali social?	☐ Sì ☐ No
14	Pubblichi con frequenza costante (almeno 3 volte a settimana)?	☐ Sì ☐ No
15	Sai quale formato di contenuto genera più engagement sulla tua pagina?	☐ Sì ☐ No
16	Hai una lista email di contatti con cui comunicare regolarmente?	☐ Sì ☐ No
17	Il tasso di apertura delle tue email supera il 20%?	☐ Sì ☐ No
18	Le email che invii contengono una call to action chiara?	☐ Sì ☐ No
Fase 4 — Analisi dei competitor		
19	Hai identificato almeno 3 competitor digitali diretti?	☐ Sì ☐ No
20	Sai per quali keyword i tuoi competitor si posizionano meglio di te?	☐ Sì ☐ No
21	Hai confrontato il loro sito con il tuo (contenuti, UX, velocità)?	☐ Sì ☐ No
22	Conosci i canali social che usano e con quali risultati?	☐ Sì ☐ No

23	Hai analizzato le recensioni online dei tuoi competitor?	☐ Sì ☐ No
24	Sai dove e come fanno pubblicità a pagamento?	☐ Sì ☐ No
Fase 5 — Gap analysis e strategia		
25	Hai identificato le keyword su cui sei assente e i tuoi competitor no?	☐ Sì ☐ No
26	Sai quale segmento del tuo pubblico non stai raggiungendo?	☐ Sì ☐ No
27	Hai un canale attivo per ogni fase del percorso d'acquisto del cliente?	☐ Sì ☐ No
28	Hai definito KPI chiari per misurare il successo delle attività digitali?	☐ Sì ☐ No
29	Esiste un processo per raccogliere e analizzare i feedback dei clienti?	☐ Sì ☐ No
30	Hai un piano d'azione aggiornato con priorità e responsabili?	☐ Sì ☐ No